



Fotojornalismo esportivo: a influência da televisão na imagem impressa

Maria Fernanda Cordeiro
Paulo César Boni

Fotojornalismo esportivo: a influência da televisão na imagem impressa

Sport photojournalism: the influence of television in printed image

Maria Fernanda Cordeiro*
Paulo César Boni**

Resumo: Este artigo discute a espetacularização no fotojornalismo esportivo, especialmente no futebol, esporte considerado a “paixão nacional”. Recursos gráficos e imagéticos de espetacularização, antes exclusividade da televisão, passam a ser utilizados também pelos veículos impressos. O estudo traça um paralelo entre as imagens televisivas e as do jornal diário *Lance!*, considerado o maior diário esportivo do país. Detecta que as imagens televisivas exercem influência sobre as do *Lance!*

Palavras-chave: fotojornalismo; esporte; espetáculo; televisão.

Abstract: This article discusses the spectacularization in sport photojournalism, particularly football, a sport which is considered the “national passion”. Graphic and imagetive sources for spectacularization, formerly exclusive to television, now become utilized in printed vehicles as well. The study draws a parallel between television images and those of daily newspaper *Lance!*, considered the greatest sports daily in the country. It is detected that television images are influential over those of *Lance!*.

Key-words: photojournalism; sport; spectacle; television.

*Jornalista. Especialista em Fotografia pela Universidade Estadual de Londrina.

**Doutor em Ciências da Comunicação pela ECA/USP. Coordenador do Curso de Especialização em Fotografia da Universidade Estadual de Londrina.

O futebol é mostrado como uma guerra e os jogadores são os gladiadores da batalha, retratados nas expressões de esforço ou de dor, na musculatura contraída, no suor que espirra depois de uma cabeçada [...] ¹

Introdução

O esporte é considerado uma das principais manifestações da cultura popular, e desfruta de relevante importância na sociedade. Atualmente, se concretiza como um fenômeno de massa, aliado aos meios de comunicação, que divulgam informações e imagens esportivas em forma de espetáculo.

Esta espetacularização é mais evidente com o futebol e na televisão, devido a todos os recursos técnicos utilizados por este meio na divulgação esportiva – seja nos noticiários ou nas transmissões ao vivo dos jogos. Este estudo pretende traçar um paralelo entre as imagens esportivas da televisão e do jornalismo impresso e discutir a questão da espetacularização da imagem.

Ele se detém na análise de fotografias relacionadas ao futebol, por se tratar da modalidade considerada a “paixão nacional”. Além disso, é o futebol que domina os noticiários esportivos, em todos os meios de comunicação. Como objeto de estudo, foi escolhido o diário esportivo *Lance!*.

A escolha deste jornal se deve ao fato de ser o maior diário esportivo do país. “Ele se firma a cada dia como referência no mercado editorial de esportes [...]. Consolida-se também aos poucos como diário de penetração nacional.” (COELHO, 2003, p.88). Além disso, *Lance!* possui todas as páginas coloridas, o que contribui para a comparação das fotografias com as imagens televisivas.

¹Declaração de Ari Vicentini, editor de fotografia do *Lance!*, para a reportagem *Domingo de futebol* da revista *Fotografe Melhor*, nº 79, abril/2003, p.59-60.

Esporte midiático

O esporte é todo tipo de atividade física que tenha por finalidade a expressão, a melhora da condição psíquica, o desenvolvimento das relações sociais ou o lucro de resultados em competições de todos os níveis. Teve sua origem nos jogos populares. Nasceu com o povo e foi apropriado pelas elites, mas “agora retorna novamente às massas populares sob a forma de espetáculo”. (BALBINO, 1997, p.27).

É considerado um fenômeno sócio-cultural e, através dos meios de comunicação, tem ocupado uma posição de bastante destaque no mundo inteiro. Portanto, o esporte é visto como uma das principais manifestações da cultura popular, pois a quantidade de tempo, energia e dinheiro dedicada a ele, pela maioria dos segmentos da sociedade, é maior do que em qualquer outra atividade cultural.

Quiroga (2000) afirma que nos dias atuais o esporte tem duas dimensões: fazer ou ver esporte. Dentro da primeira, pode-se destacá-lo com objetivos de rendimento, pois através de seu impacto visual e marketing, atrai as pessoas. Este é o “esporte espetáculo”.

No Brasil, a partir da década de 90, tornou-se visível a ascensão da cultura corporal e esportiva como um dos fenômenos mais importantes dos meios de comunicação de massa e na economia. “Cada vez mais o esporte ganha espaço como produto de consumo (mesmo que só na condição de imagens), objeto de conhecimento, com informações amplamente divulgadas para o grande público.” (CORDEIRO, 2001, p.4).

Mesmo com a ascensão do corpo, o número de esportes presentes nos meios de comunicação de massa ainda é bastante reduzido. Apesar de existir mais de 100 modalidades esportivas no mundo, percebe-se a hegemonia do futebol na mídia brasileira, seja os meios impressos, televisão, rádio ou internet.

Pelos meios de comunicação de massa, um número relativamente pequeno de pessoas pode se comunicar com um grande percentual da população, diminuindo distâncias físicas, temporais e sociais. Segundo

Barbanti (1997, p.48), a relação do esporte com a mídia serve para satisfazer as exigências das massas que buscam o consumo indireto dos esportes por diversas razões reais ou simbólicas. Para a autora, o jornalismo aliado à apresentação dos esportes vem alcançando um enorme impacto dentro dos meios de comunicação, talvez, porque “indivíduos queiram mais informações, esclarecimentos e conhecimentos. Como instituição social, o jornalismo reflete a cultura de uma sociedade”.

Através da união com a mídia, o esporte apresenta quatro níveis de prática na sociedade atual: o esporte como atividade física, o esporte-espetáculo, o esporte nos meios de comunicação de massa e o esporte virtual. Essas classificações foram definidas por Moragas (apud QUIROGA, 2000).

Múltiples sinergias entre todas estas variantes de deporte son organizadas em torno a uma influencia, a uma lógica dominante: la de los mass media. Por outra parte, el deporte mass mediático es em la actualidad uma de las principales formas de entretenimiento en las sociedades modernas y constituye al mismo tiempo una notable influencia para estas sociedades.

Futebol: a paixão nacional

Dentre todas as modalidades esportivas existentes, o futebol é o esporte coletivo mais praticado no mundo. Jogado por cerca de 200 milhões de pessoas em 191 países, é considerado o “esporte das multidões”. No Brasil é também o mais popular. Os brasileiros apreciam tanto este esporte, que é chamado de “paixão nacional”. É possível perceber a intensidade dessa paixão através do ardor e entusiasmo das comemorações dos torcedores nos jogos de seus times e, principalmente, quando a seleção brasileira entra em campo. O mundo inteiro conhece essas peculiaridades dos torcedores brasileiros, além de conhecer o talento dos jogadores da única nação pentacampeã do mundo. Por isso, o Brasil é conhecido como o “país do futebol”.

Tambucci (1997, p.14) enumera alguns fatores determinantes para o sucesso do esporte numa sociedade. Em primeiro lugar, ele está condicionado pelas “características sócio-econômicas, geográficas e climáticas, à disponibilidade de infra-estrutura, à oferta de acessórios e equipamentos esportivos e, principalmente, à possibilidade de acesso da população”.

O futebol, desde sua associação com o rádio (na década de 40) e, principalmente, com a televisão na década de 50, popularizou-se no Brasil. Quando foi introduzido no país por Charles Miller, em 1895, era praticado somente pelas elites. Essa situação durou até meados da década de 30. Em 1933, houve a profissionalização do futebol e aos poucos, jogadores das classes sociais mais baixas começaram a ingressar nos clubes brasileiros. Mas sua popularização só ganhou força quando as partidas começaram a ser transmitidas pelo rádio e, mais tarde, pela televisão.

Para Quiroga (2000), a televisão contribui com a mudança de popularidade das diversas modalidades esportivas de uma sociedade, e é responsável pela hierarquização dos esportes. Sua popularidade não é determinada pelo espetáculo esportivo propriamente dito, mas sim pela espetacularização das imagens televisivas. Com isso, a televisão acaba por pautar os outros meios, posto que é considerada o meio dominante no Brasil². Conseqüentemente, o futebol, esporte predominante na programação televisiva, acaba dominando também os outros meios (imprensa escrita, rádio e internet).

Os esportes, com exceção do futebol, só recebem destaque dentro dos meios de comunicação no momento em que estão conquistando títulos e campeonatos importantes e, a partir do momento que essa fase de sucesso e conquistas passa, são substituídos por outros, caindo, assim, no esquecimento. Para Ferrés (1998, p.161) ‘o meio confere sentido às coisas, uma coisa é mais importante que outra se é mais visível, mais comentada’. (CORDEIRO, 2001, p.40).

²De acordo com Rezende (2000, p.23) a televisão ocupa um lugar privilegiado dentre os meios de comunicação. Por causa de sua grande audiência, é considerada a “indústria rainha”. No caso brasileiro, a TV não é apenas um veículo do sistema nacional de comunicação. Ela desfruta de um prestígio tão considerável que assume a condição de única via de acesso e ao entretenimento para grande parte da população.

Jornalismo esportivo

A história do jornalismo esportivo tem pouco mais de cem anos e a primeira modalidade a receber cobertura mais elaborada dos meios impressos foi o hipismo, em meados do século XIX, na França. Antes as notícias relacionadas ao esporte apareciam entre as notas gerais. Segundo Fonseca (1999, p.127), até 1939 não havia jornalismo voltado para a cobertura de eventos; havia apenas a crônica esportiva.

No Brasil, assim como na Europa, foi preciso que houvesse interesse das classes mais altas, principalmente pelo futebol, e que os jornalistas e escritores mais respeitados abordassem o tema para que a imprensa despertasse para o esporte. Com isso, o futebol passou a ter um valor comparado ao da política e os jornalistas começaram a abrir espaço próprio na imprensa. Para Fonseca (1999), sem dúvida esse esporte foi o propulsor dessa categoria do jornalismo, especialmente depois do aparecimento da televisão. Somente nos anos 60 é que foi registrado o desenvolvimento maior das editorias esportivas nos jornais diários.

O fotojornalismo no geral, não só o esportivo, levou mais tempo para conquistar seu espaço na imprensa diária. Segundo o fotógrafo Sérgio Sade³, a fotografia não tinha importância, porque era imagem de baixa qualidade. Aparecia apenas como ilustração das reportagens. Sade conta que as câmeras usadas eram de médio formato, as Rolleiflex – câmeras pesadas e com lente de pouca luminosidade. O filme era o 120 mm, que rendia 12 chapas.

O jornal não tinha muitos filmes [...] tínhamos que fotografar o futebol com três ou quatro chapas apenas e tentar pegar, pelo menos, um gol. O enquadramento era feito mais ou menos do gol até grande área. Eu apoiava a câmera no chão, de baixo para cima, e sabia que tudo que acontecesse ali na grande área, perto do gol iria aparecer em foco. Daí era só esperar: quando a bola entrava no

³Entrevista realizada em 25 de outubro de 2003. Sergio Sade começou a trabalhar com fotojornalismo em 1967; atualmente é fotógrafo publicitário. Trabalhou, entre outros veículos, para a revista *Placar* e foi editor de fotografia da *Veja*.

quadro ou alguém fosse cabecear, fazia uma foto. Às vezes dava a sorte de fotografar um gol. Como o negativo era muito grande (6cm x 6cm), era possível ampliar bem e puxar a cena, fazendo o corte do lance. (SADE, 2003).

O fotógrafo ressalta a importância dos avanços tecnológicos da década de 70 para a quantidade, a versatilidade e, principalmente, a qualidade da fotografia:

Ela ficou muito parada até a década de 60 e, a partir daí, começou a se popularizar. Os filmes começaram a ficar mais rápidos, com sensibilidade mais alta, as lentes mais abertas, as câmeras mais práticas (35mm) e com motor drive; as revistas passaram a ser de material colorido – isso fez com que o fotógrafo tivesse que fotografar a cores. Então a fotografia passou a ter mais atração como mídia. As pessoas começaram a querer ver fotografias e os fotógrafos começaram a ter que fazer fotos cada vez melhor elaboradas para ganhar espaço. (SADE, 2003).

A evolução dos equipamentos continuou. As teleobjetivas que antes eram de 200 mm, passaram para 600 mm. Com elas, os fotógrafos podiam cobrir o campo inteiro. A luminosidade das objetivas também aumentou, dispensando o uso de flash. Mais recentemente, as câmeras com filme 35mm começaram a ser substituídas por equipamento digital, o que acrescenta agilidade ao trabalho do fotojornalismo esportivo. As fotos são feitas e imediatamente enviadas do campo de futebol para a redação por meio da internet.

Fotografia e televisão

A imagem é um signo que possui uma analogia com o real; prende-se diretamente ao seu significado. Essa afirmação, porém, não se pode atribuir a todos os tipos de imagens, principalmente no que diz respeito à fotografia. Mas isso pode ser confirmado quando se trata de fotojornalismo ou até mesmo da imagem televisiva.

Para Betti (1999, p.76), atualmente a imagem possui uma importância cognitiva na sociedade. A fotografia traz informações que não podem ser transmitidas através dos textos, que não são possíveis de traduzir em palavras. O texto não consegue absorver as sutilezas presentes na imagem fotográfica.

Na televisão, os recursos técnicos existentes permitem a espetacularização de quase todas as modalidades esportivas. No caso da fotografia também é possível notar uma certa espetacularização, embora não com a mesma intensidade dos meios televisivos. De acordo com Ari Vicentini, editor de fotografia do jornal *Lance!*, em entrevista à revista *Fotografe Melhor* (ano 7, n.79, abr.2003, p.22-27), as fotos devem mostrar “a emoção e o movimento da partida. Não podem faltar os lances de bolas divididas, disputas de cabeças, faltas, a alegria das comemorações de gol, a tristeza de um goleiro frangeiro, as discussões e os flagrantes de agressão”. Segundo Camargo (2001, p.83) uma imagem espetacular é composta de elementos marcantes, expressões que trabalham com a emoção, seduzindo o espectador.

As transmissões ao vivo de partidas de futebol e os programas esportivos da TV alteraram o estilo das fotografias de esporte. O fotógrafo Sérgio Sade lembra que antigamente os fotógrafos tinham que fazer a imagem do gol, mas hoje esta concepção mudou, “porque o gol pode ser visto sendo feito e refeito na televisão, quantas vezes o telespectador quiser”.

Na TV podemos ver se a bola entrou ou não entrou, muda o ângulo, vai para trás, vem para frente, simula [...] então você dissecar tudo aquilo ali. Só que você – espectador – não tem o controle sobre a imagem, alguém está fazendo isso acontecer. Se você tiver um vídeo-cassete e gravar, mesmo assim, congelando a imagem da televisão, ela não tem definição boa. Então a fotografia substitui isso. (SADE, 2003).

Com a evolução dos equipamentos ao longo dos anos, principalmente das teleobjetivas, o fotógrafo tem a possibilidade de aproximar o que acontece em qualquer ponto do campo. O avanço

tecnológico das câmeras e acessórios fotográficos proporciona uma maior mobilidade em relação às câmeras de televisão, com a vantagem de que a fotografia congela um determinado movimento. Através daquela cena congelada, pode-se observar detalhes que a televisão não consegue mostrar. É possível perceber a expressão do jogador, ver o momento exato de um chute ou de uma cabeçada [foto 1], uma conclusão, o momento de colisão entre dois ou mais jogadores, etc. Sade (2003) acredita que existe mais drama na fotografia do que na imagem televisiva.



Foto 1 - momento exato da cabeçada
Foto: Gaspar Nobrega
Lance!, 27 de outubro de 2003, p.13

Betti (1999) também fala sobre a influência da TV e outros meios no jornalismo impresso. Para o autor, as mídias tendem a se engendrar como redes intelizadas, considerando cada uma delas com uma função específica. “Por isso, cada mídia que surge tende a redimensionar a função das outras [...]. De fato, podemos observar que jornais e revistas cada vez mais utilizam a linguagem das mídias eletrônicas, como a televisão e o computador”. O autor acredita que pode haver uma hierarquia de códigos dentro dos meios de comunicação.

[...] como no caso de jornais impressos, em que o verbal escrito domina sobre o código imagético. Mas pode haver mídias em que esta hierarquia é móvel, dominando às vezes o código verbal oral, às vezes o imagético e sonoro, como é o caso da TV. (BETTI, 1999, p.83).

Uma análise realizada pelo período de duas semanas (de 19/10/03 a 1/11/03) do diário esportivo *Lance!*⁴, verificou que, assim como na televisão, nesse jornal a hierarquia também é móvel. Com uma média de 28 páginas (alguns dias foi publicado com 36), o jornal publicou de 49 a 101 fotografias por edição. Em muitas páginas, o espaço destinado às imagens foi maior ou igual ao ocupado pelos textos [foto 2].



Foto 2 - foto ocupa espaço igual ao texto
Foto: Gaspar Nobrega
Lance!, 25 de outubro de 2003, p.12

⁴O *Lance!*, segundo Coelho (2003), é considerado o maior diário esportivo do Brasil e é voltado à cobertura do futebol e outros esportes. Iniciou suas atividades em novembro de 1997, com duas edições – São Paulo e Rio de Janeiro. Atualmente conta com edições em Curitiba, Brasília e Minas Gerais.

Lance!

O jornal diário *Lance!* se apresenta com “cor total”, não só nas fotos, mas também nas ilustrações, manchetes e boxes. O formato é tablóide e o número de páginas varia, como já foi citado, de 28 a 36.

A maioria das fotografias é tomada no enquadramento do conhecido plano americano, no qual o corte é feito na altura do joelho ou da cintura do(s) jogador(es). Nesse plano, é possível observar – ou supor – uma interação entre o personagem e o ambiente, mas o primeiro sempre goza de mais destaque. No caso das fotos de futebol, não raro o ambiente aparece desfocado, mas o leitor identifica o esporte pela cor do gramado, pela presença da bola ou mesmo pelos uniformes dos jogadores. Esta composição foi observada principalmente nas imagens em que foram enquadrados um ou dois jogadores em campo, geralmente acompanhados pela bola.

Além desse enquadramento, outras fotografias apresentam-se em plano médio, geral ou primeiro plano. O plano médio é muito parecido com o americano; a diferença é que a interação entre personagens e ambiente é mais homogênea e possui mais detalhes. O plano geral foi pouco utilizado; apareceu em algumas imagens das torcidas e tomadas gerais de partidas. Já o primeiro plano ou *close-up* foi usado em fotografias de enquetes, entrevistas ou reportagens sobre personagens esportivos.

A primeira página sempre traz uma fotografia grande, que ocupa mais que a metade do espaço, e algumas pequenas, nas partes superior e inferior. As fotos, na maioria das vezes, são imagens que passam a idéia de movimento.

O *Lance!* traz fotos no índice (chamado de Navegador), recurso muito utilizado em revistas. A penúltima página sempre vem com a programação da televisão (Veja na TV – *de olho no lance!*) acompanhada de no mínimo três fotografias. Em algumas edições, encontram-se imagens intituladas de *Foto Quente!* ou *Lances Quentes*, dentro das reportagens, e foram utilizadas em quatro publicações cada uma. Nestas, são veiculadas fotografias de momentos do jogo ou torcedores.

As imagens são muito utilizadas neste diário esportivo e é possível encontrá-las até mesmo para ilustrar os marcadores de gráficos utilizados em duas reportagens, como aconteceu nos dias 22 e 26 de outubro. Os gráficos trazem partes de fotografias tiradas dos torcedores em uma partida qualquer para ilustrar a quantidade de público e os valores arrecadados em bilheteria de jogos [fotos 3 e 4].

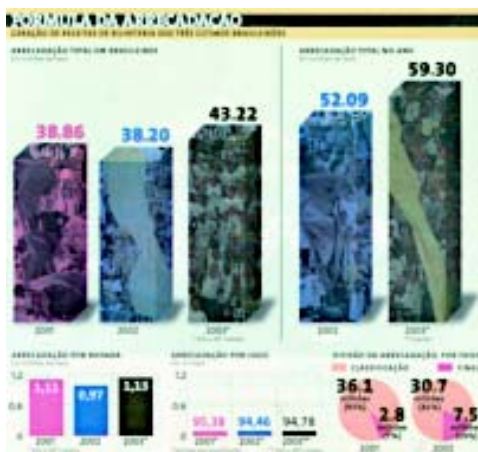


Foto 3 - gráfico
Lance!, 26 de outubro de 2003, p.9



Foto 4 - gráfico
Lance!, 22 de outubro de 2003, p.20

Um recurso explorado pelo jornal são os recortes nas fotografias. Em alguns casos jogadores são recortados no contorno, na maioria das vezes tirados de fotos em que o corpo inteiro do jogador foi enquadrado. Em outros casos, apenas parte do personagem da imagem é contornada – geralmente a cabeça ou a mão – invadindo assim o texto ou título da reportagem. Fotos invadem texto ou títulos e textos. Muitas vezes não existe divisão nítida entre o verbal e o imagético, os dois se misturam [fotos 5 e 6].



Foto 5 - foto recortada
Foto: Antonio Scalise/EFE
Lance!, 1 de novembro de 2003, p.21



Foto 6 - foto invade texto
Foto: EFE
Lance!, 21 de outubro de 2003, p.21

Na fotografia 5, o jogador aparece descontextualizado de seu ambiente; não há referência alguma do local do jogo, sequer a presença da bola. Mesmo assim pode-se deduzir que ela foi registrada durante uma partida de futebol. A dedução é possível quando se observa o traje utilizado (uniforme, chuteira, caneleira e meia) e o movimento do jogador. Já a foto 6 mostra o ambiente em que os atletas estão e, apesar do fundo estar desfocado, é fácil perceber que se trata de um estádio de futebol. Nesta imagem, os dois jogadores disputam a posse da bola. O de uniforme branco, assim como a bola, parece estar saindo da fotografia, devido ao recorte dado no momento da edição. Este recorte passa a idéia de que um dos personagens está “caindo dentro do texto”, que está diagramado acompanhando seu contorno.

Uma característica peculiar observada neste periódico é a utilização do formato quadrado em grande parte das fotografias, diferente do que acontece na maioria dos meios impressos, que veiculam imagens horizontais e verticais. A foto quadrada remete ao formato da tela de uma televisão.

Do mesmo modo que a TV utiliza recursos técnicos para espetacularizar o esporte, o fotojornalismo do *Lance!* tenta adaptar estes recursos para o meio impresso: transfere o recorte televisivo para as fotografias, apresentando-se como um diário com cores em todas as páginas e registrando a cena em quadro cheio – o que destaca os detalhes. A grande diferença entre os dois meios é que a televisão traz a imagem em movimento e não congelada, como acontece na foto. A utilização do quadro cheio na maioria das fotografias aproxima o espectador da cena, concentrando sua atenção no assunto principal.

Além destas características, é importante comentar sobre a pós-produção das fotografias, ou seja, o tratamento feito por programas de edição de imagens. As imagens digitais (obtidas pela captura digital ou pela digitalização de fotografias a partir de negativos) oferecem mais oportunidades e facilidades para a intervenção do que a fotografia convencional. As intervenções mais comuns são o enquadramento e ajustamentos e contrastes tonais (escurecem-se ou se clareiam imagens).

Muitas outras mudanças podem ser feitas, entretanto estas podem alterar o sentido da imagem original.

A manipulação digital é alvo de muitas discussões sobre ética no fotojornalismo, mas a questão não cabe no presente estudo, uma vez que as intervenções verificadas na análise não tiveram a intenção de “iludir” o leitor. As principais alterações feitas nas fotografias do *Lance!* foram no reenquadramento (deixando as imagens no formato quadrado) ou nos recortes, contornando os jogadores. A única exceção, em que houve manipulação além das citadas, foi na foto número 12, analisada mais adiante.

Em relação à composição, sempre há uma referência do esporte retratado e geralmente esta referência é a bola, uma vez que a maioria das modalidades presentes em suas páginas são de esportes praticados com este objeto.

Análise das imagens

Grande parte das fotografias publicadas no *Lance!* mostram momentos de disputa de bola por dois jogadores, enquadrados em plano médio – quando a bola está no chão – ou em plano americano – quando a dividida faz parte de jogada aérea [foto 8]. Esta característica faz com que a maioria das fotografias deste diário esportivo tenha composições muito parecidas entre si, tornando-as repetitivas.

É importante que a bola apareça nas fotos, pois serve para situar a ação e ajuda o observador a entender o que está acontecendo na cena. Mas incluir a bola não é uma regra fixa. Há situações em que só a plasticidade dos movimentos justifica a composição ou em caso de lances importantes para contar um pouco da história do jogo, como o capitão do time dando uma bronca nos companheiros ou jogadores se agredindo. [Caetano] Barreira recomendava ainda registrar os dois técnicos, o juiz e alguns torcedores caricatos nas arquibancadas, ‘para o caso de alguma necessidade’. (AZZI, 2003, p.60).



Foto 7 - disputa da bola
Foto: Denis Ferreira Netto
Lance!, 26 de outubro de 2003, p.7



Foto 8 - ausência da bola
Lance!, 26 de outubro de 2003, p.12

Em três reportagens, o jornal trouxe seqüências de fotos com descrição do acontecimento, como se fosse uma nota coberta⁵ da televisão. No dia 22 de outubro de 2003, foram publicadas oito fotos a respeito das galinhas que um torcedor jogou em campo durante um treino do Fluminense, como forma de protesto pelo mau desempenho do time no Campeonato Brasileiro.

Este recurso se repetiu nos dias 26 – duas vezes na mesma reportagem – e 30 do mesmo mês, mas nestas edições as seqüências foram utilizadas para mostrar o momento dos gols, descrevendo os lances [foto 9]. Estas imagens são reproduções da televisão, o que mostra mais uma vez a influência do meio televisivo no meio impresso.

A cena das galinhas recebeu destaque do *Lance!*, por se tratar de um fato inusitado. Ocupou duas páginas, sendo que um terço do espaço foi destinado às imagens e as explicações. A descrição, que corresponde ao *off* da televisão numa nota coberta, foi intitulada como *O lance a lance do tumulto* e trouxe todos os detalhes do fato, descrevendo cada imagem desde quando o torcedor começou a jogar as galinhas no campo, passando pela reação dos jogadores, até o desfecho da história, na delegacia [foto 10].

⁵Nota coberta: narração em *off* com imagens do acontecimento, ou seja, informações lidas pelo repórter ou apresentador, cobertas por imagens.



Foto 9 - sequência de gols (imagens da televisão)
Lance!, 26 de outubro de 2003, p.7



Foto 10 - sequência da cena das galinhas (imagens da televisão)
Lance!, 22 de outubro de 2003, p.4-5

A estrutura utilizada na televisão foi adaptada para o impresso, com a única diferença de não se tratar de imagens em movimento. Este diferencial, por um lado, pode ser considerado desvantagem por não mostrar o ritmo dos acontecimentos. Por outro, pode ser visto como

vantagem, afinal o fato de se tratarem de momentos congelados permite ao espectador observar os detalhes das cenas, como as expressões de cada personagem, o que não acontece com a televisão. O ritmo da televisão faz com que as imagens passem diante do telespectador, sem que ele tenha tempo para analisá-las, pois cada imagem vem para substituir a anterior. Ao contrário, no meio impresso o leitor pode ver e rever as fotografias quantas vezes desejar e gastar o tempo necessário com cada uma para sua interpretação e compreensão.

Considerar que com a televisão se passou da ‘era da arte à da visualização’ pretende excluir a experiência, real, da contemplação das imagens. Contemplação das imagens fixas da mídia, como os cartazes, as publicidades impressas, mas também as fotografias da imprensa [...]. Essa contemplação descansa da animação permanente da tela da TV e permite uma abordagem mais refletida ou mais sensível de qualquer obra visual. (JOLY, 1996, p.16).

Como já citado anteriormente, a maioria das fotos do jornal estudado é de lances de jogos. Por se tratar de imagens tomadas com os personagens em movimento constante, o fotógrafo não pôde planejar o que iria registrar com sua câmera; não há como prever o que vai acontecer durante um jogo. Não há tempo para pensar muito a composição de cada fotografia e talvez este seja o motivo de as fotografias esportivas apresentarem enquadramentos muito parecidos. Além disso, para se registrar os lances de jogos, o fotojornalista utiliza o recurso do *motor drive*, batendo algumas fotos por segundo e selecionando as melhores para publicação, e, claro, precisa contar com um pouco de sorte.

Aos 32 minutos do primeiro tempo, Leonardo – lateral-direito do Tricolor – cruzou a bola para o meio da área e o centroavante Luis Fabiano emendou uma belíssima bicicleta: 1 x 0. Eduardo Viana, 27 anos, fotógrafo do jornal esportivo *Lance!*, não conseguiu um bom registro da inesperada jogada do atacante são-paulino. A foto [...] saiu desfocada. Aliás, quase todos os fotógrafos que estavam no Morumbi naquela tarde não registraram a bicicleta. (AZZI, 2003, p.57).

Claro que não é a sorte a única responsável pelas boas imagens capturadas pelos fotojornalistas esportivos. O fotógrafo de esporte precisa de concentração para acompanhar o jogo, “*feeling* dos lances e rapidez para registrar os momentos decisivos”, o que é resultado da prática da profissão (AZZI, 2003, p.59). É preciso conhecer bem a modalidade a ser fotografada, para saber prever as jogadas mais importantes e fazer o disparo pouco antes delas acontecerem, por causa da rapidez com que ocorrem.

De acordo com o manual *Como fotografar esportes* (1981), os profissionais já estão condicionados pela prática.

Também não vale a pena perguntar como certas fotos foram tiradas. Não há uma explicação precisa, a não ser a recomendação de muito treino, que irá levar à instantaneidade, resultado de um reflexo apurado, de uma sensibilidade acurada.

Esta é a única explicação para algumas fotos que se destacam das outras. Em geral, o fotógrafo esportivo sabe que pegou o lance, mas não tem certeza a respeito do instante exato em que isso se deu. A certeza só virá no momento em que as fotos forem reveladas ou, no caso da imagem digital, logo após o disparo.

O *Lance!* veiculou algumas imagens em que o fotógrafo pôde escolher a melhor composição para passar alguma mensagem, como as fotografias 11 e 12, analisadas na seqüência. Nestas imagens, o fotógrafo pôde trabalhar com os elementos encontrados no ambiente e utilizar os recursos técnicos da câmera, além de contar com a possibilidade de manipulação da imagem através de programas de computador.

É através dos elementos da linguagem fotográfica que os fotógrafos e editores podem manipular a informação transmitida pela imagem. O fotógrafo irá manusear os elementos de significação, que na fotografia podem ser os seguintes: iluminação, cortes, contrastes, ângulos, planos, etc., para obter o resultado desejado. No fotojornalismo, esta é uma prática corriqueira. (SILVA, 2004, p.96).



*Foto 11 - protesto
Foto: Ari Ferreira
Lance!, 20 de outubro de 2003, p.6*



*Foto 12 - foto desfocada
Foto: Gaspar Nobrega
Lance!, 20 de outubro de 2003, p.18-19*

A foto publicada no dia 20 de outubro (*Foto Quente*) representa bem o ditado popular que diz “uma imagem vale mais que mil palavras”. A imagem traz o rosto de um torcedor de perfil com nariz de palhaço em primeiro plano, localizado no terço esquerdo da fotografia. Ao fundo aparece a torcida mostrando uma bandeira com o escudo do time e, nela, está escrito: “Nós somos.” A partir da composição fotográfica, a bandeira se integra ao protesto. O fotógrafo uniu as duas imagens em uma para passar a idéia de que os torcedores sentem-se como palhaços diante do desempenho do time. Isolada, a bandeira apenas informa e indica ao espectador a preferência de time destas pessoas. Este é um exemplo de fotografia que dispensaria qualquer legenda, pois analisando-a presume-se que se trata de um torcedor indignado com o desempenho do seu time e, como ela exibe a presença da bandeira ao fundo, é possível descobrir a qual clube desportivo se dirige o protesto [foto 11].

Na mesma edição foi publicada uma fotografia em que os jogadores aparecem totalmente desfocados, ocupando espaço em duas páginas. A cena foi registrada com uma objetiva grande-angular, em plano geral e em ângulo de contramergulho, com a câmera apoiada ou muito próxima ao chão. O fotógrafo enquadrou a trave do gol em primeiro plano, colocando-o no terço esquerdo, e o goleiro com três jogadores em corpo

inteiro. Além de desfocada, a imagem dos personagens está borrada, pois o registro foi feito em baixa velocidade. A fotografia retrata um dia nebuloso, um ambiente escuro e pesado, e há possibilidade de que tenha sido tratada num programa de edição de imagens. O tratamento teria sido feito para passar ao leitor a idéia de que o time está enfrentando uma fase “negra” (ruim) no campeonato. O título da reportagem – “O tempo fechou?” – e legenda presentes dentro da fotografia reforçam essa dedução [foto 12].

Considerações finais

O diário esportivo *Lance!* publicou 1050 fotografias nas 14 edições analisadas neste estudo. Foram publicadas imagens de diversos tamanhos e formatos, sendo que muitas ocuparam um grande espaço nas páginas do jornal. Ainda foi observada a utilização das fotos para diversos fins: índice, ilustração da programação da televisão e até como marcadores de gráficos.

O esporte, aliado à mídia, apresenta-se sob forma de espetáculo. A televisão é a principal responsável por esta espetacularização, mas através deste estudo, foi possível constatar que não é o único veículo com essa característica. O fotojornalismo esportivo busca elementos utilizados pela TV, para tornar as imagens impressas mais atraentes para o público.

A influência da televisão é visível – no caso das fotografias analisadas neste trabalho – a começar pela utilização de cor total no diário esportivo. Além disso, outras características foram observadas: a maioria das imagens dão idéia de movimento; a composição utilizada é de quadro cheio, o que aproxima o espectador da cena; por tratarem de momentos congelados, as fotografias destacam a expressão dos jogadores ou momentos inusitados, cenas e situações difíceis de serem percebidas na imagem televisiva; fotos e textos se misturam em algumas reportagens.

Com o uso de recursos técnicos, a televisão pode espetacularizar a imagem esportiva. Da mesma forma, a imprensa escrita, com o uso da fotografia digital, também dispõe de recursos para a espetacularização do

esporte. Os *softwares* de edição de imagens são muito utilizados para interferir na foto original, mas, na maior parte das vezes, a interferência diz respeito apenas ao reenquadramento e aos recortes feitos na pós-produção. Mesmo quando as mudanças vão além das aqui citadas, fica claro que a intenção não é de enganar o espectador – no caso do *Lance!* –, e sim passar alguma mensagem através da imagem, como foi verificado na foto 12.

Segundo Betti (1999), todos os meios de comunicação tendem a se interligarem como uma rede e cada nova mídia que surge se dimensiona em função das outras. Por exemplo, os jornais e revistas, cada vez mais, vêm utilizando a linguagem das mídias eletrônicas, como a televisão e a internet. O autor cita que dentro dos meios pode haver uma hierarquia de códigos e que, no caso do jornal, o verbal domina o imagético. No caso da televisão ele acredita que a hierarquia é móvel. A partir deste estudo analítico, no entanto, é possível observar que, mesmo no jornalismo impresso, nem sempre o verbal domina o imagético. Em muitas reportagens, a fotografia ocupou espaço igual ou superior ao destinado ao texto.

A televisão mostra a informação com dinamismo, devido ao movimento e ritmo imposto pelas imagens e narração, mas direciona a interpretação do telespectador, veiculando cenas pré-selecionadas acompanhadas da narrativa. Já a foto apresenta a imagem com mais drama, pois congela um momento, uma expressão, possibilitando ao leitor observar os detalhes da cena e interpretá-la.

Será que a tendência do fotojornalismo – como vêm acontecendo com as fotos esportivas – é adaptar os recursos dos outros veículos para o meio impresso? Este artigo inicia a discussão de que o jornalismo impresso, especialmente as imagens, tende a buscar características da televisão como forma de atrair a atenção do público. Como no Brasil observa-se um certo domínio da televisão como o principal meio de comunicação, esta tendência pode ser uma forma de tentar quebrar a hegemonia da televisão e atrair telespectadores para os meios impressos.

Referências

AZZI, Tales. Domingo de futebol. **Fotografe Melhor**, São Paulo, ano 7, n.79, p.56-62, abr.2003.

BALBINO, F. Sociedade atual: um mundo mais esportivo. In: MACHADO, A. A. **Psicologia do esporte**: temas emergentes I. Jundiaí (SP): Ápice, 1997. p.21-36.

BARBANTI, Eliane Jany. Esporte e psicologia. In: TAMBUCCI, Pascoal Luiz; OLIVEIRA, José Guilmar Mariz de; COELHO SOBRINHO, José. (Org.). **Esporte e jornalismo**. São Paulo: CEPEUSP, 1997.

BETTI, Mauro. **A janela de vidro**: esporte, televisão e educação física. Campinas: Papyrus, 1998.

BETTI, Mauro. Esporte e sociologia. In: TAMBUCCI, Pascoal Luiz; OLIVEIRA, José Guilmar Mariz de; COELHO SOBRINHO, José. (Org.). **Esporte e jornalismo**. São Paulo: CEPEUSP, 1997.

BETTI, Mauro. Esporte, televisão e espetáculo: o caso da TV a cabo. **Conexões**: Educação Física, Esporte e Lazer, Campinas, n.3, dez.1999.

CAMARGO, Vera Regina Toledo. O comunicador e o educador esportivo: novos paradigmas para o esporte midiático. **Conexões**: Educação Física, Esporte e Lazer, Campinas, n.6, dez.2001.

COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2003.

COMO FOTOGRAFAR esportes. Rio de Janeiro: Rio Gráfica, 1981.

CORDEIRO, Maria Fernanda. **Esporte e seu agendamento na televisão**: análise do Globo Esporte. 2001. (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa.

FONSECA, Ouhydes. Esporte e crônica esportiva. In: TAMBUCCI, Pascoal Luiz; OLIVEIRA, José Guilmar Mariz de; COELHO SOBRINHO, José.(Org.). **Esporte e jornalismo**. São Paulo: CEPEUSP, 1997.

HELAL, Renaldo. **Passes e impasses**: futebol e cultura de massa no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1997.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Campinas: Papirus, 1996.

QUIROGA, Sérgio Ricardo. Democracia, comunicación, cultura popular y deporte. **Revista Digital Educación Física e Deportes**, Buenos Aires, n.15, feb.2000. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com>>. Acesso em: 3 dez.2000.

_____. Deporte, medios y periodismo. **Revista Digital Educación Física e Deportes**, Buenos Aires, n.26, out.2000. Disponível em: <<http://efdeportes.com/efd26/dmedios.htm>>. Acesso em: 10 jan.2004.

REZENDE, Guilherme Jorge. **Telejornalismo no Brasil**: um perfil editorial. São Paulo: Summus, 2000.

SADE, Sérgio Luiz. Entrevista concedida aos autores em 25 de outubro de 2003, em Londrina (PR).

SILVA, Cristiane Sabino. **A trajetória imagética de Lula:** de líder sindical a presidente da República. 2004. (Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação em Jornalismo) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina (PR).

TAMBUCCI, Pascoal Luiz. O esporte e a comunicação.
In: TAMBUCCI, Pascoal Luiz; OLIVEIRA, José Guilmar Mariz de;
COELHO SOBRINHO, José. (Org.). **Esporte e jornalismo**.
São Paulo: CEPEUSP, 1997.